

O Webjornalismo e Suas Potencialidades¹

Ivo Henrique DANTAS²
Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

Resumo

O Webjornalismo conta com características que o diferenciam em relação aos modelos tradicionais. Apesar disso, não podemos enxergar tais especificidades como simples rupturas, mas como um complexo processo de continuidades modificadas pelo novo contexto tecnológico e econômico, possibilitando, desse modo, novas formas para a notícia online. O presente artigo procura estudar essas características e seus potenciais para a realização de um jornalismo contextualizado e imersivo.

Palavras-Chave: Webjornalismo; Interatividade; Sociedade em Rede; Teorias do Jornalismo; Multimídia.

Introdução

Palacios (2003) observa que, muito além da visão de que as Novas Tecnologias da Comunicação (NTC) estabelecem simples relações de rupturas com os veículos tradicionais, verifica-se a existência de processos complementares, que se articulam de forma complexa e dinâmica, em diversos suportes e formatos jornalísticos. Tal observação é de suma importância para livrar o caminho dos atuais estudos do ultrapassado, porém ainda existente, determinismo apocalíptico. A ideia de que a internet veio para acabar com toda e qualquer forma de mídia anterior (e, por consequência, com o jornalismo praticado nelas) já se provou infundada. Tanto os meios tradicionais estão sendo fortemente impactados pela web, mas também a mesma acabou absorvendo práticas e fundamentos de outras mídias. Apesar de potencializada no Webjornalismo, a multimídia, por exemplo, já está presente no telejornal, com o uso de som, imagem e gráficos.

Ao estudar o jornalismo exercido na web, Bardeol e Deuze (2001) apontam quatro características definidoras do webjornalismo: interatividade, customização de conteúdo,

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

² Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Universidade Federal de Pernambuco (PPGCOM-UFPE), email: ivohenrique.dantas@gmail.com

multimedialidade e hipertextualidade. Com a mesma preocupação, Palacios (2003) acrescenta dois outros elementos: memória e atualização contínua.

Todas essas características devem ser vistas como impulsionadoras de potenciais para a notícia. “Os avanços nos diferentes novos meios estão dando lugar ao desenvolvimento de novas técnicas narrativas que propõem à audiência uma cobertura informativa mais contextualizada e navegável” (PAVLIK, 2005, p. 17).

Nas próximas páginas são analisadas algumas das potencialidades permitidas através da utilização dessas novas características. Potencialidades, pois, apresentam possibilidades de uso. O que não quer dizer que estejam sendo colocadas em prática no momento. A forma como essas características estão sendo utilizadas depende da interação com o contexto em que o Webjornalismo está sendo praticado.

O Hipertexto e Suas Possibilidades

A uma primeira vista, o hipertexto (ou hipermídia) pode parecer uma ruptura em relação aos meios anteriores. Mas, na verdade, trata-se de uma potencialização. É bem verdade que, com todo o potencial criado pela web, a hipermídia beira a definição de uma ruptura. Todavia, é preciso reconhecer que a escrita hipertextual (com suas lexias e nós, como será descrito) já existia em algumas poesias e livros. Role Playing Games (RPGs) já traziam essa característica em seus livros ao possibilitar escolhas que levavam o leitor a diferentes páginas, ao invés da tradicional leitura linear.

Ao estudar o hipertexto, Pierre Lévy (1997) estabelece uma analogia com a mente humana e seu modo de processamento. Segundo o autor, o processamento da mente humana não funciona de forma hierárquica (estrutura do texto tradicional, podendo, de certo modo, ser aproximado do texto jornalístico com sua pirâmide invertida), mas “pula de uma representação para outra ao longo de uma rede intrincada, desenha trilhas que se bifurcam” (LÉVY, 1997, p. 28).

Ao contrário do que alguns futuristas defendem, Lévy realiza apenas uma aproximação com o modelo mental humano. Até mesmo o autor da ideia do hipertexto, Vannevar Bush, ainda em 1945, reconhece que “certamente não seria possível duplicar o processo reticular que embasa o exercício da inteligência. Ele propõe, apenas, que nos inspiremos nele” (LÉVY, 1997, p. 28).

Nesse sentido, Lévy propõe a caracterização do hipertexto em seis princípios abstratos: *Metamorfose*: a rede hipertextual está em constante construção e renegociação; *Heterogeneidade*: os nós e conexões de uma rede hipertextual são heterogêneos, pois incluem imagens, sons, palavras; *Multiplicidade*: quaisquer nós ou conexões podem ser, eles mesmos, serem compostos por toda uma rede; *Exterioridade*: “a rede não possui unidade orgânica, nem motor interno”. Sua composição ou recomposição permanente dependem da adição ou subtração exterior de nós ou conexões; *Topologia*: o funcionamento do hipertexto funciona por proximidade. O curso depende da topologia, dos caminhos selecionados; *Mobilidade dos centros*: Trata-se da característica do rizoma. A rede é composta por diversas partes móveis, que não apresentam centros fixos.

Por termos como objetivo a análise das possibilidades do hipertexto para o webjornalismo, ao invés de um extenso estudo sobre as especificidades deste tipo de escrita, tomaremos como definição para essa característica a noção pragmática estabelecida por Canan (2007), segundo a qual podemos definir o hipertexto/hipermídia como sendo um tipo de escrita complexa, na qual diferentes blocos de informações (lexias) estão interconectados através de links (nós).

Ao analisar as características do hipertexto em uso no webjornalismo, García (2005) aponta três mudanças potenciais que a escrita hipertextual pode causar na notícia: co-autoria, através da construção do percurso pelo próprio usuário; uma estrutura constantemente redefinida e atualizada pelo meio; uma estrutura informativa que transcende o próprio meio fonte;

Diante desses apontamentos podemos identificar dois aspectos principais. O primeiro diz respeito à disponibilização de informações por parte do jornalista. Através do uso do link, é possível ampliar os limitadores do percurso de leitura do usuário, oferecendo conteúdos correlacionados e possibilitando a construção de um jornalismo muito mais contextualizado que seus antecedentes.

Com a dissolução dos limites espaciais, é possível colocar o leitor em contato direto com a informação bruta, através de hiperlinks para outros sites, dotando o texto jornalístico de uma gama maior de potenciais para a escrita do que nos veículos tradicionais.

Como pontuado acima, a convergência entre mídias também está presente através do uso do hipertexto, aumentando o leque de opções que podem ser disponibilizadas. “A hipermídia oferece ao produtor/autor uma gama de possibilidades de cruzamentos e

interseção de modalidades diferentes de linguagem nunca oferecidas antes por nenhuma outra mídia” (BRESSANE, 2007, p. 150).

É importante perceber que a intertextualidade e a multimidialidade possibilitadas pelo hipertexto não são propriamente rupturas quando comparadas a outros meios de comunicação.

Sobre isso, Lévy descreve:

A quase instantaneidade da passagem de um nó para outro permite generalizar e utilizar em toda a sua extensão o princípio da não-linearidade. Isto se torna a norma, um novo sistema de escrita, uma metamorfose da leitura, batizada de navegação (LÉVY, 1997, p. 37).

O segundo aspecto diz respeito ao usuário. Com as novas possibilidades de leitura dinâmica oferecidas pelas novas tecnologias, podemos dizer que “o hipertexto vem proporcionar uma modalidade de self-service jornalístico: permite que cada leitor escolha seu próprio ‘prato informativo’ com os ingredientes que deseje e na ordem e quantidade que lhe interesse” (SALAVERRÍA, 1999, p. 12-15).

Enquanto a linguagem utilizada nos meios tradicionais dá ao leitor uma ordem fechada da narrativa, quem fala primeiro, quem fecha a matéria, até onde podemos saber do assunto, na internet isso pode ser ampliado a novos patamares. “Já com as possibilidades oferecidas pela hipermídia, temos mais – e apenas mais, pois não são ilimitadas [...] possibilidades de entendimento de um tema” (CANAN, 2007, p.143).

Importante pontuar que não se tratam de opções ilimitadas. A autora atenta para o fato de que, apesar do leitor possuir a liberdade de escolher que caminho seguir através do hipertexto, assim como um amplo banco de dados a consultar, os tradicionais gatekeepers da informação, ou seja, os jornalistas, ainda possuem o poder de filtrar os acontecimentos e fontes, além de indicar através de estratégias narrativas um caminho pré-determinado, mas não obrigatório. Essa modificação na apropriação da narrativa faz com que comece a surgir uma nova forma de autoria da notícia.

Trata-se de uma co-autoria, no sentido da construção da forma narrativa, e que influencia diretamente na apreensão do sentido do texto por parte do usuário. Por mais que essa construção já fosse individualizada em meios anteriores, ela ganha novos contornos no webjornalismo. “Ao percorrer um hiperdocumento, o internauta cria um outro documento virtual, constituído pelas escolhas que faz no interior da web. Nesse sentido, o leitor é também um construtor da narrativa, um leitor-editor” (VENTURA, 2008, p. 7).

Convergência Entre Mídias

Tida por muitos como uma ruptura em relação aos meios tradicionais, a multimídia se apresenta como mais uma potencialização possibilitada pelas novas tecnologias.

Ora, a televisão, por exemplo, já se utilizava de mais de um tipo de mídia na construção da notícia. O texto, o gráfico, o som, a imagem. Todos fazem parte da narrativa televisiva. Assim sendo, não há como ser estabelecida a existência de uma ruptura em relação a outros veículos de mídia (PALÁCIOS, 2003).

O que existe, na verdade, é uma nova forma de se entender o conceito, e uma potencialização de seu uso. Discutir multimídia implica, necessariamente, falar em convergência entre mídias. Entendemos por convergência “a uniformização do ‘material’ ou dos ‘objetos’ de troca comunicacional dos sujeitos sobre um único processo de codificação, o numérico” (DAMÁSIO, 2003, p. 137).

Desse modo, atentamos para a principal diferença da multimídia na internet. O suporte tecnológico mudou. Antes, os tipos eram escritos em suportes diferentes. Apesar de transmitido ao mesmo tempo, o som é gravado em um canal, a imagem em outro, e o gráfico é produzido em um terceiro suporte. No caso da internet, todos estão unificados sob um único código, o binário. E isso traz importantes impactos para a produção da notícia.

O primeiro impacto está nas curvas de apropriação de uma nova tecnologia. Ou seja, “não apenas o uso de uma tecnologia pelos sujeitos, mas também sua integração nas práticas diárias de recolha, processamento e transição de informação com outros sujeitos” (DAMÁSIO, 2003, p.136).

Ao analisar essa curva, o autor identifica quatro tipos de fatores que atuam diretamente nesse processo de adoção. E que, apesar de poderem ser identificados em todas as características do webjornalismo, é na multimídia que possuem maior relevância.

Os fatores facilitadores são aqueles que tornam possível o funcionamento de certa tecnologia. Alguns exemplos são a existência de câmeras nos celulares, de emissoras de TV e rádio dentro de um mesmo sistema, a figura do vídeo-repórter.

Fatores limitadores, ao contrário, influenciam negativamente no funcionamento. No caso da adoção de uma narrativa multimídia, a largura de banda dos usuários para o estabelecimento de uma rápida conexão, a reduzida equipe do portal e o fator tempo.

Se por um lado a multimídia traz grandes potenciais para a notícia, também é verdade que ela é limitada, principalmente, pelas condições de acesso e produção. Quando a notícia é elaborada pelo jornalista, é preciso levar em conta o tipo de acesso da maioria de usuários do site noticioso para o qual trabalha.

Já os fatores motivadores são os que levam a adoção da tecnologia. Por exemplo, a possibilidade de manter o leitor por um maior período na página do portal, fornecer uma notícia mais contextualizada, expandir os canais de difusão dos conteúdos originalmente produzidos para a TV e rádio.

Por último temos os fatores inibidores, que constituem um desincentivo à adoção desses novos processos, como o alto custo para a manutenção de um servidor dedicado a esse conteúdo, bem como o tempo necessário para edição e construção da narrativa multimídia.

Já o segundo impacto da unificação de todos os tipos de mídia em um mesmo suporte está na possibilidade de, “mediante um sistema de ligações hipertextuais, [...] comportar para além do texto e em conjugação com ele fotografias, sons vídeos, etc., fazendo-se esbater a distinção entre os vários tipos de informação mediática” (SERRA, 2003, p. 40).

Todavia, com a constituição deste novo cenário se faz necessária a construção de novos modelos de notícia, diferentes dos utilizados em outros meios, e que possam se utilizar dos potenciais disponibilizados pela web.

Um dos modos apresentados por Castilho (2005) seria a utilização do conteúdo multimídia em paralelo ao texto principal. Nesses casos, o texto permaneceria como tipo primário, constituinte do fio condutor da narrativa, enquanto os outros tipos apareceriam de forma complementar. Contudo, ainda se faz necessário a ressalva de que, se mal utilizada, a multimídia pode causar mais confusão do que auxiliar na construção da notícia. É preciso evitar que os conteúdos sejam repetitivos, redundantes.

Desse modo, ao se descrever um fato, não se faz necessário o casamento perfeito, quase simbiótico, entre texto e imagem. Na internet, os vídeos podem ser disponibilizados como informações complementares, muitas vezes até sem edição, apenas como registro do fato em si. Da mesma forma, a inexistência de um limite de tempo para a exibição do vídeo acaba por potencializar a utilização deste recurso.

As Informações Sobre o Usuário e a Customização no Webjornalismo

Como visto anteriormente, diante das possibilidades do hipertexto, a notícia passa a potencializar sua característica de individualidade. Mesmo em meios anteriores, como no jornal, o leitor podia estabelecer seu próprio caminho para a narrativa (a ordem em que lia as matérias vinculadas, por exemplo), mas, com os links, isso passa a ser ainda mais marcante.

Ao discutir a customização de conteúdo como uma característica do webjornalismo, Bardoel e Deuze (2001) não se referem, porém, a essa individualização de percursos e construção de sentidos, como já foi tratada anteriormente. A customização é entendida como a possibilidade do usuário configurar o conteúdo e/ou serviços do site que serão consumidos.

Tal potencialidade surge com duas faces. A primeira, apesar de não ser apontada como uma das características do webjornalismo, atua como uma forma diferenciada de customização.

Devido ao fato de, na internet, os portais terem acesso imediato a informações específicas sobre o usuário. Ao entrar em um site, é possível saber a localidade daquela pessoa, quanto tempo ela passa, os percursos que ela percorre, o que ela escreve. Além disso, caso exista um cadastro no sistema, é possível ter um perfil completo do leitor, com suas preferências de navegação. Ou seja, é possível utilizar estes dados para prover serviços diferenciados para cada tipo de leitor.

Nesses casos, utilizamos o termo “personalização”. Trata-se de uma tentativa, por parte do veículo de comunicação, de atender a necessidades individuais identificadas através de análises de hábitos de navegação, consumo e perfil recolhido por questionários. O usuário é encarado como passivo na relação de escolhas, possuindo pouco poder sobre que notícias/serviços deseja receber. “Nessa relação, o que predomina é a tecnologia *push*, ou seja, o provedor ou autor ‘empurra’ o conteúdo baseado no perfil leitor/cliente” (SANTOS, 2002, p. 20). De certa forma, pode-se entender esse tipo de ferramenta como oriunda de tradições do conceito do usuário como receptor, estabelecendo uma relação similar a de veículos tradicionais segmentados, que enviam a informação baseados no perfil de seus assinantes, por exemplo. Já no caso da customização propriamente dita, a relação do leitor com a informação possui uma maior interatividade, permitindo ao usuário configurar os conteúdos que deseja acessar, configurando-se como uma tecnologia *pull*. Assim, a esse

processo ocorre quando é dada a possibilidade de o usuário estar envolvido ativamente no processo de seleção, dotando-o de controle sobre a notícia que será consumida.

Como consequência direta do uso dessas tecnologias tem-se a produção de conteúdos que, por possuírem sua veiculação nos “jornais pessoais” através da filtragem realizada pelo usuário, acabam por dissolver critérios de noticiabilidade, à medida que o usuário é quem escolhe as notícias que farão parte do “seu” jornal.

Diante desse cenário, muitos apontam a dissolução da função do jornalista perante a informação que chega ao leitor. A função do jornalista e editor – tradicionais *gatekeepers* da informação – passaria a estar limitada a decidir que notícias o usuário recebe.

É bem verdade, contudo, que tal dissolução dos critérios existe em um segundo nível, na hierarquização das informações, visto que as fontes escolhidas para compor a narrativa, por exemplo, ainda são escolhidas pelo jornalista. Apesar do fato de não mais atuar como último filtro perante as informações que chegarão ao usuário final, o jornalista ainda possui grande poder sobre a informação ao utilizar valores-notícia para a seleção de que acontecimentos serão transformados em notícias e de que forma os dados coletados serão tratados dentro da estrutura da narrativa.

Apesar de não se dar na esfera do portal da notícia, o uso das redes sociais para filtrar as notícias deve ser considerado uma forma de customização exercida pelo usuário. Nesses casos, o controle da disponibilização de tal possibilidade foge das mãos do veículo ao migrar para as ferramentas de interação, sob a batuta de outras empresas, como Google e Facebook, e que aparentemente defender a total liberdade do usuário em suas escolhas.

Interatividade e Redes Telemáticas

O hipertexto, assim como a evolução das técnicas de comunicação possibilitadas pelo desenvolvimento da internet (chats, e-mail, fóruns) acabaram por fornecer ao webjornalismo a potencialidade de permitir uma maior participação do leitor, que agora passa a ser chamado de usuário, em diversas esferas de atuação.

Assim, acaba-se por conferir à interatividade oriunda da web três formatos principais: homem-máquina, homem-informação e homem-homem. O que existe, na verdade, é uma série de processos interativos. Nesse sentido, afirma Mielniczuk (2000, p.

4): “Adota-se o termo multi-interativo para designar o conjunto de processos que envolvem a situação do leitor de um jornal na web”.

O primeiro tipo se refere à possibilidade do usuário interagir com a máquina, no caso, o computador, através de ferramentas como o mouse e o teclado. O segundo formato diz respeito à navegação através do hipertexto, discutida anteriormente.

O leitor/usuário participa de uma situação de interatividade ao poder escolher, dentre a malha hipertextual, aqueles links que ele deseja e que lhe darão a continuidade da informação. [...] A interatividade é um elemento constitutivo do hipertexto. A simples ação de navegar no jornal online é por si só uma atividade interativa. É claro que, dependendo do hipertexto, esta situação será mais ou menos complexa (MIELNICZUK, 2000, p. 8).

Já o terceiro aponta para a interação entre usuário-emissor e usuário-usuário, estabelecendo uma interação social, e que será o foco deste tópico.

Com o objetivo de estudar em que nível se dá a interatividade entre os diversos atores na Comunicação Mediada Por Computadores (CMC), Primo (1998) aponta a necessidade de aproximar a relação no contexto informático à interpessoal. Para isso, recorre a uma análise de duas escolas das teorias da comunicação: a teoria da informação e o interacionismo simbólico.

Enquanto no primeiro modelo, existia um fluxo linear da informação, de mão única, o segundo transfere a ênfase do debate para a interação, valorizando a dinâmica do processo e considerando os dois lados como passíveis de sofrerem interferências, caracterizando, assim, uma interdependência, que varia em grau qualidade e contexto. Desse modo, é preciso entender as relações interpessoais como processos de negociação, em que a base está na percepção de que cada integrante é diferente, seja em sua complexidade, contextos ou esferas de poder.

Todavia, é preciso atentar para o fato de que “as ofertas colocadas na negociação não definem por si só a relação. Essa definição surge da qualidade da sincronização e reciprocidade na interação (PRIMO, 1998, p. 5).

Com base nesses estudos, Primo (1998) estabelece dois tipos de interação. No primeiro, denominado de interação reativa, existem diversas limitações, como um diálogo estabelecido de forma mecânica, os binômios ação-reação e estímulo-resposta, fluxo linear e pré-determinado, além da caracterização de um sistema fechado, com relações unilaterais e sem possibilidades de evolução, já que não estabelece trocas nem percebe o contexto.

Em suma, pode-se afirmar que a interação reativa está baseada em uma gama pré-estabelecida de escolhas. Podendo ser facilmente identificada na relação homem-máquina, em que, até que exista um desenvolvimento da chamada Inteligência Artificial, sempre existirão limitações.

Já a interação mútua funciona de forma a permitir total autonomia ao receptor, que passa a alternar de posição com o emissor, assim como ocorre em um diálogo interpessoal. Nesse caso, o sistema é aberto, sujeito a trocas, evolução e com unidades interdependentes. Outras características seriam a existência de um processo de negociação e ações interdependentes. No caso da internet, estaria restrita a comunicação homem-homem, já que a computação ainda está restrita, por mais que de forma complexa, ao binômio estímulo-resposta.

O webjornalismo transita entre esses dois tipos, fornecendo, em alguns casos, uma interação meramente reativa e, em outros, mútua. Pode-se perceber tal fato na idéia de uma enquete (reativa), um link (reativa) e um chat (mútua), por exemplo.

Como consequência direta tem-se o estabelecimento de um jornalismo imersivo (PAVLIK, 2005). Na web, a informação não chega ao leitor, ele chega à informação. A partir das possibilidades de interatividade abertas pela web, o leitor pode interferir de forma mais ativa na construção da notícia. Esse processo se daria a partir de sugestões de acontecimentos para serem “cobertos”, da troca de informações com repórteres e fontes, além da própria construção do texto, no chamado jornalismo participativo (SERRA, 2003).

O Tempo e o Espaço no Webjornalismo

A nova Sociedade Informacional traz consigo importantes mudanças nos conceitos de tempo e espaço (CASTELLS, 2011). E, no Webjornalismo, isso não é diferente. Duas características apontadas por Palacios (2003) estão diretamente envolvidas com essas mudanças: a memória e a atualização contínua.

Talvez sejam essas as características que chegariam mais perto de poderem ser chamadas de rupturas (mas que ainda são produtos de uma complexa gama de fatores potencializadores), visto a profunda mudança possibilitada pelas novas tecnologias.

Com o advento da internet verifica-se a quebra dos limites de espaço-tempo, como estávamos acostumados a compreendê-los. Quando comparamos o Webjornalismo com os

jornais impressos, emissoras de rádio e televisão, fica claro o abismo existente entre as possibilidades de domar o tempo e o espaço no que diz respeito à difusão da notícia, seu consumo e armazenamento.

Do lado da distribuição, enquanto a internet trabalha com uma escala mundial de acesso através dos servidores que redistribuem o sinal para bilhões de casas em todos os continentes, os periódicos dependem da capilaridade das bancas de revistas e sua rede de “jornaleiros”, enquanto o rádio e a TV (em seus sentidos tradicionais) do alcance de suas ondas eletromagnéticas. Pode-se distribuir a informação para toda a rede com custos drasticamente reduzidos. Qualquer um que tenha acesso à internet torna-se um potencial leitor.

Do mesmo modo, a dilatação do espaço físico abre espaço para a publicação de um número maior de notícias e acumulação das informações ao longo do tempo, fundados em uma virtual inexistência de limites. Virtual porque, como visto na discussão da Multimedialidade, existem fatores limitadores na adoção de todo e qualquer processo. Ainda existem limites físicos que, apesar de se comportarem de forma indireta, afetam a existência de um espaço infinito para publicações.

Na internet, o espaço está sujeito a fatores tecnológicos, como o tamanho da banda de transmissão do servidor em que o site está alojado e capacidade de armazenamento dos discos rígidos disponibilizados pela empresa para o funcionamento do portal.

Na esfera temporal, a internet oferece a potencialização da instantaneidade. Apesar de já ser possível realizar transmissões ao vivo tanto no rádio como na TV, estas estão presas às grades de programação. Quando comparado com o jornal, esse potencial é ainda maior, visto o tempo industrial que prende a lógica de produção dos veículos impressos, normalmente atualizados a cada 24h.

Assim, enquanto os meios tradicionais “oferecem um produto acabado, dificilmente modificado em função de acontecimentos posteriores” (GARCÍA, 2005, p. 41), o meio online disponibiliza não somente o imediatismo da informação, bem como a possibilidade de atualização. A notícia, diante de um sistema de hiperligações, ou até mesmo de espaço virtual infinito, pode ser modificada ao longo do tempo. Potencialmente, a notícia na web teria a capacidade de obedecer a uma demanda de “tempo real” e nunca estaria completamente acabada.

Neste ponto vale a pena uma reflexão acerca do conceito de “tempo real”. Vista como uma das maiores vantagens do Webjornalismo sobre as outras mídias, a atualização contínua acaba fazendo parte de um conceito-fetiche de “tempo real”. Ou seja, a noção de que a notícia retrataria o fato ao mesmo tempo em que ele ocorre, emprestando, além de credibilidade, um novo valor ao relato jornalístico.

Valor descrito por Moretzsohn (2002) como fazendo parte do fetichismo originado no conceito de Mais Valia, criado por Marx, e definido como sendo “o processo através do qual os bens produzidos pelo homem, uma vez postos no mercado, parecem existir por si, como se ganhassem vida própria, escondendo a relação social que lhes deu origem” (MORETZSOHN, 2002, p.119).

O que acontece é que, com a sociedade tomada por tal fetiche, a notícia passa a ser consumida com base no valor da velocidade, que acaba se tornando um produto por si só. Chegar primeiro acaba sendo mais importante do que apurar a notícia, adicionar conteúdo multimídia, criar links, pensar em uma narrativa não-linear, e apresentar novas versões para os fatos.

O que existe é a intenção do jornalismo em reproduzir o tempo presente do instante, defendendo ser possível “tornar simultâneas e coincidentes duas velocidades: a velocidade do movimento do mundo e a velocidade da produção do discurso jornalístico sobre este movimento” (FRANCISCATO, 2005, p. 240). Assim, acreditariam os jornalistas, é possível eliminar o risco de que o discurso não conseguisse acompanhar o tempo de mundo.

Todavia, embora esse jornalismo tente colocar os leitores em uma situação de vivenciar um evento que toma lugar em outro espaço, “ele não supera a mediação do jornalista e da organização, tanto nas possibilidades técnicas da produção de conteúdos [...] quanto no caráter interpretativo do jornalista ao selecionar conteúdos (FRANCISCATO, 2005, p. 241).

Ao mesmo tempo, o jornalismo na web possui pela primeira vez uma nova forma de memória: múltipla, instantânea e cumulativa. Trata-se, na verdade, de uma junção de consequências da dilatação dos conceitos de espaço e tempo discutidos acima.

Primeiramente, a memória é múltipla em razão da infinita diversidade de fontes e formatos que podem ser utilizadas, tanto pelo jornalista na produção do conteúdo noticioso, quanto pelo usuário na hora da leitura. Devido à facilidade de publicação, essas

informações podem ter sido, inclusive, colocadas na rede pelos usuários, e não apenas pelos jornalistas.

A característica da instantaneidade dentro da definição da nova forma de memória diz respeito ao imediatismo na recuperação desses dados. Através de ferramentas de busca próprias, ou até mesmo o Google, Yahoo!, Bing, é possível ter acesso a matérias publicadas há mais de uma década, em apenas um clique do mouse.

Enquanto nos outros veículos era necessário uma pesquisa em bibliotecas e videotecas, além dos arquivos pessoais, na internet, essa “desarquivagem” se verifica de forma inédita, global e imediata.

Por fim, a memória na internet é cumulativa, pois conta com todo o arcabouço de publicações realizadas durante toda a história da internet. A memória, além de particular, passa a ser coletiva. Publicar algo na internet significa tê-lo guardado para a história, disponibiliza-lo para recuperação imediata.

No Webjornalismo, a vida útil de uma notícia é praticamente infinita. Ao contrário da TV e do Rádio que dão perenidade imediata à notícia, e ao jornal que dá um prazo de validade de 24h para a mesma, na rede, esse prazo é estendido, ainda mais se observarmos, novamente, a possibilidade de atualizar o conteúdo.

A partir do uso efetivo da característica da memória, o webjornalismo pode se tornar mais contextualizado, como afirma Pavlik (2005). Torna-se possível enriquecer a narrativa com informações já publicadas, provendo o usuário de uma gama muito maior de dados para que possa compreender o fato, seus antecedentes e consequências, de forma a gerar uma melhor compreensão da realidade. “As notícias ganharam uma sobrevida, teoricamente infinita, porque podem se acessadas novamente de forma quase instantânea graças aos mecanismos de busca, permitindo a recombinação com informações novas” (CASTILHO, 2005, p. 240).

Conclusão

O Webjornalismo se desenvolve em um meio que tem como principal característica a metamorfose. Ao contrário de suportes anteriores que levaram décadas para desenvolver seus potenciais enquanto meios de mediação, a World Wide Web, em apenas 26 anos, já

passou por fases que vão de uma exploração científica a um meio que penetra praticamente toda a esfera da vida cotidiana.

Por ser baseado em um suporte tecnológico tão dinâmico, o Webjornalismo também tem sofrido intensas mutações, chegando a dar a impressão de que se tratavam de rupturas em relação aos meios anteriores. Todavia, como visto ao longo do presente artigo, tais características se apresentam mais como um complexo processo de continuidades que adquirem novas formatações.

As características próprias do Webjornalismo, conforme elencadas por Bardoel e Deuze (2001) e Palacios (2003), trazem consigo potencialidades que trazem consigo a promessa do desenvolvimento de um jornalismo mais contextualizado e capaz de cumprir a função mediadora.

Apesar de existirem limitações advindas da estrutura organizacional e das formas de financiamentos disponíveis, o Webjornalismo pode se utilizar da hipertextualidade e espaço virtualmente infinito para atingir níveis nunca antes vistos de interatividade e disponibilização de conteúdos. Assim, cabe analisar esses potenciais para identificar de que forma o jornalismo brasileiro realizado através da Web pode entregar as promessas de um jornalismo que atenda às necessidades da Sociedade em Rede.

Referências

BARDOEL, Jo & DEUZE, Mark. **Network Journalism**, 2001. Disponível em: <http://jclass.umd.edu/classes/jour698m/BardoeIDeuze+NetworkJournalism+2001.pdf>. Acesso em: 20 de set. 2015.

BRESSANE, Taís. Navegação e construção de sentidos. In: FERRARI, Pollyana (org.). **Hipertexto, hipermídia**: as novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Contexto: 2007.

CANAN, Adriane. A não-linearidade do jornalismo digital. In: FERRARI, Pollyana (org.). **Hipertexto, hipermídia**: as novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Contexto: 2007.
CASTELLS, Manuel; **A sociedade em rede**. Tradução de Roneide Venancio Majer. 6a Ed. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

CASTILHO, Carlos. Webjornalismo: o que é notícia no mundo online. In: RODRIGUES, Ernesto (org.). **No próximo bloco**: o jornalismo brasileiro na TV e na internet. Rio de Janeiro: Edições Loyola, 2005.

DAMÁSIO, Manuel José. Convergência e tecnologias em comunicação. In: FIDALGO, António; SERRA, Paulo. **Jornalismo Online**. Covilhã: Universidade Beira Interior, 2003.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A Fabricação do Presente**. São Cristóvão: Editora UFS, 2005.

GARCÍA, Guillermo López. **Modelos de comunicación en internet**. Valencia: Tirant Lo Blanch, 2005.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**: o futuro do pensamento na era da informática. Tradução de Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Editora 34, 1997.

MIELNICZUK, Luciana. **Interatividade como dispositivo do jornalismo online**, 2000. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2000_mielniczuk_interatividadedispositivo.pdf. Acesso em: 25 de jun. 2015.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em tempo real**: o fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Editora Revan, 2002.

PALACIOS, Marcos; Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo online: o lugar da memória. In: MACHADO, Elias. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003.

PAVLIK, John V. **El periodismo y los nuevos medios de comunicación**. Barcelona: Paidós, 2005.

PRIMO, Alex. Interação mútua e reativa: uma proposta de estudo. In: **Anais XXI Congresso do Intercom**. Recife, 1998. Disponível em: http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/int_mutua_reativa.pdf. Acesso em: 11 de jan. 2015.

SALAVERRÍA, Ramón. **De la pirámide invertida al hipertexto**, 1999. Disponível em: <http://unav.es/fcom/mmlb/mmlab/investig/piram.htm>. Acesso em: 15 de nov. 2015.

SANTOS, Ana Lúcia Reis dos. **Informação fast-food**: um estudo de caso do jornal Último Segundo do portal IG. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas). Universidade Federal da Bahia, Recife, 2002.

SERRA, Paulo. A transmissão da informação e os novos mediadores. In: _____; FIDALGO, António. **Jornalismo Online**. Covilhã: Universidade Beira Interior, 2003.

VENTURA, Mauro de Souza. **Hipertexto e webjornalismo**: implicações da textualidade digital no fazer jornalístico. Trabalho apresentado no XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom. Santos, 2007. Disponível em: <http://ciberjor.files.wordpress.com/2007/09/hipertexto-e-webjornalismo-implicacoes-da-textualidade-digital-no-fazer-jornalístico.pdf>. Acesso em: 11 de set. 2014.